

ВПЛИВ НЕЦІНОВОГО Й ЛОГІСТИЧНОГО ФАКТОРІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

СІКЕТІНА НАТАЛІЯ ГЕННАДІЇВНА

*НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ „ХАРКІВСЬКИЙ
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ”, асистент*

Зараз економічна ефективність діяльності промислового підприємства виражається відношенням корисного результату до витрат, які забезпечують його досягнення. У такому разі при оцінці економічної ефективності діяльності підприємства вплив конкурентоспроможності його продукції не знаходить відображення. [1, с. 87; 2, с. 164].

У той же час, існує тісний взаємозв'язок між економічною ефективністю діяльності підприємства й конкурентоспроможністю його продукції. Тому пропонується включити до формули економічної ефективності рівень конкурентоспроможності продукції:

$$I_E = \frac{P \times I_{KC}}{B}, \quad (1)$$

де I_E – індекс економічної ефективності діяльності підприємства;

I_{KC} – індекс рівня конкурентоспроможності продукції;

P – результат;

B – витрати.

Конкурентоспроможність продукції наведена у якості її індексу і в формулі 1 може приймати значення: $I_{KC} > 1$ та $I_{KC} < 1$ (ринок не сегментується).

Якщо конкурентоспроможність продукції більша за одиницю, у формулі вона знаходиться у чисельнику; при збільшенні її рівня підвищується економічна ефективність діяльності підприємства, а при зменшенні рівня конкурентоспроможності продукції економічна ефективність діяльності підприємства зменшуватиметься. Зараз при оцінці конкурентоспроможності продукції включають два її фактора: якість та ціну.

Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції перебувають додатково ще в двох інших сферах: забезпеченні споживача продукції підприємства перед- і післяпродажними послугами та мінімізації витрат на рух товарів. У зв'язку з цим ми пропонуємо використовувати неціновий та логістичний фактори при оцінці рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції. Як нецінові показники конкурентоспроможності продукції можуть бути використані [3, с. 85]: імідж підприємства; імідж товару; перед- й післяпродажні (сервісні) послуги підприємства; диференціювання продукції відносно сегментів ринку; сприйнятливість підприємства до нововведень; інноваційний характер диференціації продукції.

У зв'язку з тим, що в практиці вітчизняних підприємств не розраховуються варіанти складових логістичних витрат, цей напрямок потребує подальшої розробки.

Розглянемо ситуацію, коли для постачання певної сировини є k постачальників-конкурентів. Для нашого підприємства важливими факторами є: час, інтервал поставки, надійність дотримання графіка доставки, ціна сировини, вартість доставки. Інтервал поставки обумовлюється в договорі постачання. В Україні діє система забезпечення не „з коліс”, а „на склад”, тому час поставки й надійність дотримання графіка доставки не є важливим. Недотримання графіку доставки можна усунути шляхом забезпечення страхового запасу. Мінімальну ціну сировини можна визначити шляхом співставлення цін у постачальників-конкурентів. Вартість перевезень тонно-км – це визначальний показник, який можна використовувати в якості

логістичного фактора конкурентоспроможності продукції при системі забезпечення матеріалами й сировиною „на склад”.

У зв'язку з цим, індекс логістичного фактора конкурентоспроможності продукції матиме вигляд:

$$I_{\log} = \frac{S_n}{S_a}, \quad (2)$$

де S_n - вартість перевезень постачальника, який досліджується;

S_a - вартість перевезень постачальника-конкурента.

Для умов постачання сировини тільки одним видом транспорту (автомобільним) вибір постачальника залежить від таких факторів: ціни одиниці та вартості доставки замовлення. За таких умов розраховується ціна споживання, мінімальне значення якої приймається за найкращий варіант вибору постачальника.

У даному випадку нами пропонується комплексний показник рівня конкурентоспроможності оцінюваного товару (I_{kc}) і розраховувати його як добуток групових індексів конкурентоспроможності товару з якості (I_j), ціни (I_c), нецінового (I_n) й логістичного (I_{\log}) факторів [4], що методично відрізняється від інтегрального індексу конкурентоспроможності товару, наведеного в [1, с. 275]:

$$I_{kc} = I_j \times I_c^{-1} \times I_n \times I_{\log}^{-1}. \quad (3)$$

Аналізуючи вплив факторів формули (3) на конкурентоспроможність продукції можна стверджувати, що, по-перше, якість та неціновий фактор впливають прямо пропорційно, а ціна й логістичний фактор – зворотно пропорційно; по-друге, кожний з перелічених факторів конкурентоспроможності продукції впливають на неї в різній мірі.

У зв'язку з цим необхідно до формули (3) ввести вагові коефіцієнти, які встановлюються експертним шляхом і в сумі дорівнюють одиниці:

$$I_{KC} = \sum_{i=1}^4 R_i \times I_i, \quad (4)$$

де R_i – вагові коефіцієнти;

$i = \overline{1,4}$.

Слід зазначити, що другий та четвертий індекс у формулі (4) мають бути у ступені мінус одиниця.

Підсумовуючи викладене вище, доходимо до висновку, що використання логістичного підходу як фактора підвищення конкурентоспроможності продукції передбачає, що рішення, прийняті відносно закупівлі, транспортування та зберігання продукції мають розглядатися також з боку їхнього впливу на формування витрат і прибутку підприємства.

Пропонований підхід забезпечить більш точну оцінку рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції за допомогою обліку витрат, пов'язаних з рухом товарів. Робота в цьому напрямку є перспективною, особливо для продукції, що реалізується на зовнішньому ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Практикум / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Маркет ДС, 2008. – 208 с.
2. Святненко В. Ю. Промисловий маркетинг / В. Ю. Святненко. – К.: МАУП, 2001. – 264 с.
3. Сікетіна Н. Г. Удосконалення методики оцінки конкурентоспроможності продукції / Н. Г. Сікетіна // Вісник НТУ «ХПІ» Серія «Технічний прогрес і ефективність виробництва» – 2008. – № 18. – С. 79–86.
4. Чекалина Э. П. Создание логистических систем на отечественных предприятиях – источник новых конкурентных преимуществ / Э. П. Чекалина, Н. Г. Сикетина // Вестник НТУ «ХПИ» – 2004. – № 27. – С. 119–122.